

La nuova Soggettività Manageriale

La gente oggi ha fame di **futuro!**

La gente deve essere formata non solo a vivere e ad adattarsi a organizzazioni preesistenti, ma anche a ideare e progettare **forme organizzative** in cui agire e lavorare.

Ecco perché i nuovi manager devono prendere l'abitudine al piccolo **Gruppo di Lavoro** come cinghia di trasmissione dell'innovazione.

La lunga crescita degli uomini e delle donne che lavorano, passa attraverso la fiducia di poter essere quello che desiderano, per questo optano per un tipo di cliente, per un tipo di organizzazione del lavoro, per un tipo di Azienda... di loro gradimento. L'**opzione**, la capacità e la possibilità di compiere una o più scelte ha preso il sopravvento sulla logica dei bisogni ("tira e taci" oppure "prega e lavora") così come l'**opzione** ha preso il sopravvento sulla logica del destino ("questo è quello che ti passa il convento"). L'**opzione** è il fattore chiave che viene liberato dalla Soggettività manageriale e che – a sua volta – produce Soggettività manageriale.

La **dimensione soggettiva** significa essenzialmente un aumento di importanza del punto di vista del singolo rispetto ai suoi tradizionali "oppositori": cioè il collettivo ("tutti fanno così, perché io dovrei fare diversamente"), l'autorità, la tradizione organizzativa ("si è sempre fatto così") etc..

Lo stesso "**benessere**" ("Produrre Benessere per i nostri Clienti") non è più considerabile come un concetto puramente economico, ma diventa sempre più soggettivo, originale, psicologico. Il benessere è un'altra molla dell'innovazione, in quanto generatore e generato dalla stessa; difatti è più facile che innovi chi sta bene rispetto a chi sta meno bene; chi sta bene tende a occuparsi della custodia e dello sviluppo di **benessere futuro**, piuttosto che chi sta in una condizione di "malessere" e che quindi tende a rinchiudersi nelle poche effimere certezze di oggi, per paura di perdere anche quelle ("*sai, se gli resto fedele, il mio Capo potrebbe un domani confermarci un nuovo incarico o una promozione*")... oppure "*In azienda certe cose che ho sul cuore non posso esprimerle*" o ancora "*Cosa vuoi che ti dica, in ambito pubblico non gliene frega a nessuno di quello che fai*")

Un'Organizzazione per essere efficiente DEVE sapersi cambiare dall'interno, non per forza attraverso la mano santa del Grande Fratello della Consulenza o quella dei Grandi Strateghi.

La nuova **Soggettività Manageriale** è oggi sorta per ricordarlo a tutti: chiara immagine di sé e conoscenza approfondita dei fatti organizzativi; sono i due prerequisiti per proporsi come forza di cambiamento.

E' possibile oggi uno sviluppo senza crescita di questa **Soggettività** ? Certamente NO! Sono richiesti una serie di **Cambiamenti**. Secondo alcuni orientamenti di Psicologia del Lavoro le tre **forme di intervento** che promuovono questo tipo di Cambiamento sono:

- 1- la comunicazione di idee e di informazioni relative ad **oggetti** da apprendere o modificare (insegnare, formare, apprendere)
- 2- la comunicazione e lo scambio di informazioni relative a **se stessi**, ai propri bisogni, ai sogni, ai valori personali (affetto, supporto, coaching, terapia)
- 3- la comunicazione di informazioni e norme rispetto alle **relazioni tra più soggetti** (comandare, dirigere, orientare)

A voi la scelta di comunicare la vostra Soggettività manageriale: che sia una tigre di carta o il rombo di un tuono, sarete comunque voi i protagonisti del **Cambiamento**.